Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas nº 25 enero-junio de 2022 pp. 3-26
ISSN: 2172-8690
Facultad de Turismo. Universidad de Murcia

PERCEPCIONES DE LOS TRABAJADORES DEL TURISMO EN BRASIL Y LA COMPLEJIDAD DEL FENÓMENO TURÍSTICO

PERCEPTIONS OF TOURISM WORKERS IN BRAZIL AND THE COMPLEXITY OF THE TOURISM PHENOMENON

AGUINALDO CESAR FRATUCCI[1]
Universidad Federal Fluminense
JULIANA CARNEIRO DA COSTA[2]
Universidad Federal Fluminense
IVAN CONCEIÇÃO MARTINS DA SILVA[3]
Universidad Federal Fluminense
NATASHA RIBEIRO BANTIM DURÃES[4]
Universidad Federal Fluminense

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo discutir las percepciones de los trabajadores del turismo en Brasil sobre su papel y sus relaciones con el fenómeno del turismo. A partir de un cuestionario realizado *online* a los trabajadores brasileños del sector turístico, indagamos la percepción de los encuestados como trabajador de dicho sector y su percepción sobre la relación de su trabajo con este mismo. Con base en el análisis del contenido de las respuestas, constatamos que la forma en que los trabajadores se perciben con relación al sector es heterogénea y compleja, revelando contradicciones entre las opciones de reconocimiento como trabajador del sector y las percepciones sobre su trabajo.
Palabras clave: Trabajadores; Turismo; Complejidad; Percepción; Trabajo; Brasil.

ABSTRACT

This article aims to discuss the perceptions of tourism workers about their performance and their relationship with the phenomenon of tourism. Through a questionnaire applied online with Brazilian tourism workers, we asked the respondent's perception as a worker in the tourism sector and their perception of the relationship between their work and the sector. Based on the content analysis of the responses, we found that the way workers perceive themselves concerning the sector is heterogeneous and

Fecha de recepción: 14 de agosto de 2021. Fecha de aceptación: 15 de junio de 2022

[1] Departamento de Turismo. Universidad Federal Fluminense. E-mail: acfratucci@id.uff.br
[2] Universidad Federal Fluminense -Niterói – RJ, Brasil. E-mail: julianacarneiro@id.uff.br
[3] Universidad Federal Fluminense -Niterói – RJ, Brasil. E-mail: ivanmartins@id.uff.br
[4] Universidad Federal Fluminense -Niterói – RJ, Brasil. E-mail: natashabantim@id.uff.br

complex, revealing contradictions between the choices of recognition as a worker in the sector and the perceptions about their work.
Keywords: Workers; Tourism; Complexity; Perception; Work; Brasil.

1. INTRODUCCIÓN

Las investigaciones sobre los trabajadores del turismo imponen retos a los investigadores, tanto por la dificultad en delimitarlos y reconocerlos como por los obstáculos en la recolección de información (Ladkin, 2011). El trabajo en el turismo podría caracterizarse por las actividades relacionadas con la prestación de servicios a los turistas, como en las áreas de agencias de viajes, transportes, hospedaje, alimentación y ocio. Sin embargo, existe cierta dificultad para analizar específicamente los empleos en actividades turísticas, ya que los servicios no se ofrecen exclusivamente a los turistas (Melliani, 2011). Tal vez este impasse también se puede atribuir a la complejidad[5] del propio concepto de turismo, cuyas definiciones son múltiples y frecuentemente contradictorias.

A partir de una revisión bibliográfica sobre el tema "turismo y trabajo" dentro de la literatura internacional reciente, constatamos la ausencia de estudios e investigaciones que tuvieron como objetivo caracterizar a los trabajadores del turismo, tomando en cuenta sus complejidades. En Brasil existen esfuerzos importantes que se dedican a definir los empleos del país y que nos ayudan a comprender mejor los trabajos dentro del turismo; desde investigaciones sobre el empleo en general, como el de la base de datos de la *Relação Anual de Informações Sociais* (RAIS, Relación Anual de Informaciones Sociales), hasta aquellas que contemplan específicamente los empleos dentro del turismo, como el compendio de datos del *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada* (IPEA, Instituto de Investigación Económica Aplicada) y el *Sistema de Informações sobre o Mercado de Trabalho no Setor Turismo* (SIMT, Sistema de Información sobre el Mercado de Trabajo en el Sector Turismo). A pesar de esto, esos bancos de datos proporcionan solamente un panorama parcial sobre el sector a partir de datos en bruto

[5] Este estudio se sustenta en los aportes del filósofo Edgar Morin (2005; 2015) y el paradigma de la complejidad, con críticas a la simplificación y reduccionismo de la ciencia. Según Morin (2005), el método de la complejidad nos pide pensar los conceptos, sin considerarlos completos, romper las esferas cerradas, intentar comprender la multidimensionalidad, pensar la singularidad con localidad, con temporalidad, para que nunca olvidemos las totalidades integradoras. Para el autor, es necesario distinguir las distintas caras de una misma realidad, pero no para aislarlas, sino para pensar dialógicamente. El estudio del turismo, como tiene implicaciones para diferentes sectores, influye en la vida de agentes con diferentes intereses y se basa en diferentes áreas del conocimiento (sociología, antropología, geografía, etc.) impone este pensamiento dialógico.

sobre los trabajos formales en áreas específicas (Hospedaje, Alimentación, Transporte Terrestre, Transporte Aéreo, Transporte Acuático, Renta de Transportes, Agencia de Viajes y Cultura y Ocio), definidas por ser aquellas que contemplan la mayor parte de los gastos de los turistas.

Los enfoques de dichos estudios no abarcan la complejidad del fenómeno del turismo. El turismo no es un sector homogéneo y no se restringe a áreas o roles profesionales específicos. Éste se compone de áreas que vuelven compleja su dinámica y, al insistir en la delimitación teórica de disposiciones de la práctica, las intersecciones entre las áreas del sector se acentúan. Algunos ejemplos: si una empleada de un hotel es mesera, ¿definiría su papel en el área de "Alimentos y Bebidas" u "Hotelería"? El mismo ejemplo podría usarse para los profesionales que se desempeñan en el sector de eventos. Además, si una persona realiza una consultoría en el área de administración, ¿se asociaría con "Administración" o con "Consultoría"?

Al reflexionar al respecto, surgen algunas posibles delimitaciones para caracterizar al trabajador como parte o no del sector turístico. La primera tal vez sea la más distintiva: el hecho de prestar servicios al turista. También existe la posibilidad de caracterizarlo porque trabaja en una actividad o equipamiento turístico. Podría también depender del área en donde se desempeñen, considerando que existen áreas categóricamente "del turismo". Todos estos puntos de análisis presentan variantes, sobre todo cuando observamos realidades locales distintas, pues cada destino turístico o región emisora posee características que demandan servicios específicos, ocasionando un cambio en la importancia de las ocupaciones en lo que concierne a las vocaciones turísticas. Además, podemos apuntar también al autoreconocimiento del sujeto. En ese caso, sería el trabajador el que se reconocería como trabajador vinculado al turismo.

La complejidad de la cadena productiva que sustenta la actividad económica dificulta los avances teóricos sobre ese agente social fundamental para la concretización del turismo. El producto turístico se compone esencialmente de servicios ofrecidos a los visitantes en los destinos turísticos, en las rutas de desplazamiento y también en sus lugares de origen. Detrás de cada servicio ofrecido tenemos personas (trabajadores) que construyen aquel producto simultáneamente a su consumo y que representan un factor importante en la composición de la calidad del producto turístico. A pesar de esto, no existe una concordancia sobre lo que definiría si una profesión, función o cargo pertenece o no al sector.

Por eso, es necesario reforzar la importancia de esclarecer tales cuestiones. Para fines de investigación, construcción metodológica, análisis de datos e interpretación

de la realidad, de nada sirve estudiar un grupo específico si no lo conocemos, si no comprendemos de qué forma se perciben o quieren que se perciban sus componentes. El proceso de creación de políticas públicas adecuadas, de igual forma, sobrepasa la necesidad de contar con una base de datos actualizada y detallada sobre el sector la cual contemple la complejidad de sus componentes. Por otro lado, para la clase trabajadora, conocer y reconocerse como agentes y ciudadanos estimularía el asociacionismo y la organización civil: en primer lugar, es necesario comprender dónde estamos para saber hacia dónde queremos ir.

Al entender la lógica multiterritorial del turismo y la diversidad de sus estudios, proponemos considerar como trabajadores del turismo a todos aquellos individuos que ejercen determinadas funciones relacionadas con la actividad turística, directa o indirectamente, entre las más diversas dimensiones y abordajes "de los turismos" (Fratucci, 2014; Beni & Moesch, 2017). Incluimos a todos los sujetos que contribuyen en la mediación de la experiencia turística, prestando servicios y produciendo las condiciones necesarias para que las expectativas del turista sean cumplidas dentro del producto que se le ofreció. Pero, entendiendo que para sustentar estas discusiones epistemológicas de lo que sería el trabajador turístico, sería necesario, en primer lugar, preguntar a los propios trabajadores sus percepciones sobre su propio trabajo, buscamos comprender cómo los trabajadores del turismo se consideran y se perciben dentro o en relación con el sector turístico.

Así, este artículo tiene como objetivo discutir la percepción de los trabajadores del turismo sobre su papel y su relación con dicho fenómeno en su abordaje cualitativo. Dentro de esta investigación entendemos como percepción la forma en que los trabajadores se perciben y se identifican (o no) con el sector turístico, expresada a partir de su discurso y sus puntos de vista.

2. TURISMO, TRABAJO Y TRABAJADORES EN BRASIL

El turismo es un fenómeno contemporáneo complejo que en su esencia y naturaleza primaria se compone de los movimientos y de las escalas de los turistas dentro del espacio" (Fratucci, 2014, p.45). En sus fricciones ocurren procesos de territorialización de los visitantes que se apropian, dentro de una lógica reticular, aunque sea momentáneamente, de elementos del espacio visitado, fijándose en algunos puntos e ignorando otros. A partir de esa acción inicial del visitante (turista), éste mismo involucra a otros agentes sociales que se van apropiando de partes de aquel espacio, creando sus

territorios casi siempre a partir de lógicas reticulares de territorialización (Fratucci, 2008).

Cuando consideramos una comprensión más amplia del turismo, necesitamos tomar en cuenta que para los turistas éste se presenta como una oportunidad de experiencias únicas y temporales. En lo que se refiere a los agentes del mercado, el turismo es una gran oportunidad para producir capital y aumentar la plusvalía. Para las autoridades públicas, especialmente en países en desarrollo como Brasil, representa un sector económico más que se gestiona siguiendo los preceptos del modelo neoliberal hegemónico, que puede ser factor contribuyente al desarrollo de algunos puntos de su territorio, creador de ingresos y redistribuidor de rentas. Para los residentes de los destinos turísticos, la presencia del turista y de la actividad turística se presenta ya sea de forma positiva, pasa desapercibida o crea efectos sociales, ambientales y económicos negativos (Fratucci, 2008).

En lo que respecta a los trabajadores, el agente social en el que se centra esta investigación, el turismo se ve como una oportunidad de ascensión social, a partir de una mejor posición en el mercado de trabajo. Para muchos trabajadores brasileños, el turismo se contempla solamente como otro trabajo más, no muy diferente a cualquier otro (Carneiro & Fratucci, 2018). No obstante, éste es al final el agente más invisible y menos conocido del turismo. Aun siendo responsable por gran parte de las mediaciones entre el visitante (turistas) y el lugar visitado, sabemos poco sobre la forma en que ellos perciben su trabajo y su papel en la construcción de los lugares turísticos.

Reflexionar sobre la zonificación y organización de los destinos turísticos requiere que consideremos las expectativas y demandas de todos los agentes sociales involucrados con la producción del fenómeno turístico. Se vuelve necesario superar discursos hegemónicos del modo de producción neoliberal, los cuales dominan el ambiente económico brasileño actual, y posturas que se limitan a considerar los destinos turísticos solamente como el territorio donde se concretiza la actividad económica del turismo (Fratucci, 2008, 2009). El poder público, cada vez más dominado por intereses de los agentes del mercado, direcciona sus acciones para atender las necesidades y los intereses de reproducción del capital, en detrimento de las demandas de los demás agentes que también participan dentro del turismo.

A pesar de que la gestión pública casi siempre justifica esa dirección con la posibilidad de aumentar el número de empleos creados y del crecimiento de la renta media de los trabajadores, lo que observamos es el aumento de la precarización del mundo laboral del turismo en todo el mundo y, más concretamente, en Brasil. La "lógica destructiva del capital" ha creado una enorme reducción de empleos, la

corrosión de los derechos sociales conquistados por los trabajadores y la expansión de "nuevas modalidades del trabajo informal, intermitente, precarizado, 'flexible'" (Antunes, 2018, p. 25). El sector turístico, además de no escapar a estas tendencias generales del campo de trabajo, posee características específicas que potencializan problemas y contradicciones del trabajo dentro del turismo, como la estacionalidad de empleos, poca remuneración y baja exigencia de cualificaciones y condiciones precarias de trabajo (Cañada, 2020).

El trabajo turístico se caracteriza como móvil y flexible, al poder variar por la flexibilidad numérica (contratación de trabajadores estacionales, de medio tiempo y a corto plazo), por la flexibilidad funcional (movimiento de empleados entre diferentes tareas funcionales), por las estrategias de distanciamiento (subcontratación y disposiciones similares que flexibilizan la formalidad del trabajo) y por la flexibilidad salarial (bono salarial a los trabajadores que vayan más allá de sus funciones) (Atkinson, 1984, citado en Urry & Larsen, 2011). Además, Martoni y Alves (2019), al profundizar en la perspectiva crítica del trabajo turístico en Brasil y buscar comprender las condiciones de trabajo en las áreas de hospedaje, agencia y servicios de guía, indican que las trabajadoras y los trabajadores entrevistados relatan algunas características comunes en las tres áreas: problemas de un buen recibimiento, predominio de los procedimientos estandarizados, sobrecarga y multifuncionalidad.

A esas características, debemos también sumar una especificidad del trabajo dentro del turismo. Debido a la propia complejidad del fenómeno turístico y la fluidez de los territorios producidos por sus diferentes agentes sociales, la caracterización del 'trabajo en el turismo' y de los 'trabajadores del turismo' en Brasil, asume un carácter cualitativo y situacional bastante intrincado. Desde categorías profesionales (como taxistas y artesanos) pasando por áreas económicas (como producción de eventos y gastronomía) hasta incluso la noción general del trabajo dentro del turismo. Su delimitación (o marco) como actividades del turismo no es consensual, pues depende de diversas variables, como los territorios donde se establecen o la relación con otros agentes del turismo. Toda esa complejidad del trabajo proporciona múltiples percepciones sobre los trabajadores del turismo brasileño, pero que no necesariamente los consideran en su totalidad.

La búsqueda del entendimiento de quién es el trabajador contemporáneo del turismo en Brasil y cómo son sus relaciones con los espacios que se vuelven turísticos todavía es una tarea que se debe realizar. En algunos casos, la percepción para este agente tiene como referencia la mirada del turista, como en Urry y Larsen (2011), al desarrollar la naturaleza del trabajo y de los trabajadores en la visión del turista: “working under the

gaze" (trabajar bajo la mirada del turista, traducción libre). Normalmente, ese trabajo exige alguna interacción social recursiva entre productores y consumidores en el momento síncrono de producción y consumo. Aun cuando el servicio pueda ser más o menos materializado, debe existir alguna proximidad geográfica o espacial entre productores y consumidores, aunque muchas veces no quede claro cuál es el producto que se consume.

La mirada del turista se estructura por nociones culturalmente específicas de lo que es extraordinario, de acuerdo con su motivación. Esto significa que los servicios prestados (pudiendo ser accesorios para la mirada, ya que el trabajo en sí es parte del producto del servicio) deben asumir una forma que no contradiga o debilite la calidad de la mirada y, de manera ideal, mejorarla (Urry & Larsen, 2011). Las empresas actúan de forma que aseguran que el servicio prestado por los trabajadores, frecuentemente mal remunerados (Baum & Hai, 2019), sea a la altura de la calidad casi sagrada bajo los ojos de los visitantes.

Considerando como punto de vista la percepción de los agentes de mercado brasileños sobre el trabajador, de acuerdo con Martoni (2020), la relación se caracteriza por una posición frágil del trabajador debido al carácter informal de muchas contrataciones, por la estacionalidad de los puestos de trabajo, por los débiles organismos de representación de los trabajadores y por el pago de salarios por debajo de la media nacional, incluso en trabajos que exigen disponibilidad durante el fin de semana y festivos, por dar un ejemplo. Silva, Araújo y Leal (2018) complementan esas características con la elevada jornada laboral, oferta de empleos al nivel operacional, pequeñas empresas como empleadores y desvalorización del profesional con formación superior en la rama turística.

Dentro de la perspectiva del Estado brasileño, los trabajadores del turismo son casi siempre vistos simplemente por la generación de empleos, al ser uno de los efectos positivos más reconocido del turismo y ampliamente utilizado para justificar determinadas acciones. Por dar un ejemplo, dentro de la Política Nacional de Turismo (Brasil, 2008), los trabajadores aparecen indirectamente en el contexto de la generación de empleo, casi siempre como un objetivo a ser alcanzado. Como observamos en el artículo 5, inciso II, de aquel documento, uno de los objetivos de la política es la reducción de las disparidades sociales y económicas de orden regional, con la promoción de la inclusión social por el crecimiento de la oferta de trabajo y mejor distribución de la renta.

La ausencia de datos específicos actualizados sobre el mercado de trabajo en el sector turístico brasileño se traduce en la dificultad de los organismos oficiales para distinguir las

actividades y ocupaciones destinadas exclusivamente a la atención de turistas de aquellas en las que también se mezcla la población local. En este contexto, el Instituto de Investigación Económica Aplicada (IPEA) se adhiere a la diferenciación propuesta por la Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2010) en cuanto a la cuantificación de los empleos generados en el turismo. El empleo en turismo, que es producido y consumido por los turistas, se distingue del empleo en las Actividades Características del Turismo (ACTs), aquel que agrega un conglomerado de ocupaciones y actividades económicas destinadas o no a servir a los turistas (Sakowski, 2015). Estos datos se generan a partir de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) y la Lista Anual de Información Social (RAIS), para el trabajo formal, y de la Encuesta Nacional por Muestreo de Hogares (PNAD), para el trabajo informal (IPEA, 2018).

Desde el punto de vista de la protección social, el trabajo formal en Brasil se rige por la Consolidación de las Leyes del Trabajo (CLT), que garantiza los derechos relacionados con las vacaciones pagadas, el Fondo de Indemnización por Cesantía (FGTS) y la Seguridad Social. Además, la CLT regula el horario de trabajo, el descanso, la seguridad en el trabajo, las organizaciones sindicales y otros aspectos legales. Sin embargo, Sato (2017) destaca que el trabajo protegido y regulado por el Estado es solo un tipo de trabajo que existe en Brasil, coexistiendo con múltiples formas de trabajo informal, desprotegido y precario. También, según dicho autor, en los últimos años se ha producido un movimiento contrario hacia una progresiva disminución de la protección laboral impuesta por la progresiva agudización del modelo neoliberal. En ese sentido, la llamada Reforma Laboral, implementada por la Ley nº 13.467 (Brasil, 2017), es uno de los elementos políticos que reconfiguran las condiciones, organizaciones y relaciones laborales en el país y, consecuentemente, en el sector turístico nacional.

Por último, sobre las relaciones entre comunidad local y trabajadores del turismo, destacamos las iniciativas de Turismo de Base Comunitaria (TBC) y la economía solidaria que presuponen la participación de la comunidad como trabajadores, aunque no siempre identificados inmediatamente como participantes de la cadena productiva del turismo. Más allá de esa relación, la comunidad local (pese a que no esté involucrada directamente con el turismo) tiene sus impresiones sobre los trabajadores del turismo. Frecuentemente, el sentido común de esas comunidades sobre el turismo implica prejuicios y tergiversaciones sobre ciertas características del trabajo dentro del sector. Una de ellas es la falsa percepción de que el trabajo turístico significa viajar, impresión que no hace una diferencia entre trabajadores y turistas o toma categorías específicas (como guías y transportistas) como la totalidad de

los trabajadores. Otra de ellas es una percepción que limita el trabajo turístico a las categorías de guía y agente de viajes, no distinguiendo el papel de las diversas formaciones posibles dentro del campo. Sin duda, el sentido común es un campo contradictorio que contempla diversas representaciones sobre cualquier asunto, visto que es una generalización del pensamiento de muchos individuos singulares. Aun así, ya sea en el día a día, en los medios periodísticos o en las artes, es posible encontrar las impresiones de la población local sobre los trabajadores turísticos, aquellas que, por el simple hecho de circular, reproducen el sentido común de forma recursiva.

Se perciben, entonces, diferentes relaciones establecidas entre agentes sociales productores del turismo y el trabajador turístico en Brasil; categoría cuya definición no es trivial, pues, más allá de las funciones vinculadas más directamente con el turismo, existen trabajadores cuya función económica no se identifica de inmediato con el sector, pero que, en determinados contextos, dependen económicamente de él como pescadores, alfareros, barqueros, entre otros. Así, es necesario analizar el contexto, el sujeto y el objeto de la acción que se construyen entre sí, no siendo posible reducir fenómenos complejos a leyes generales (Morin, 2005). Más allá de cualquier definición o criterios que se puedan establecer, es elemental considerar también la percepción del propio sujeto trabajador sobre su trabajo.

3. METODOLOGÍA

La construcción del conocimiento en turismo no es lineal ni tampoco objetiva. Se realiza a partir de revoluciones, reformulaciones y rechazos dentro de su cuerpo teórico, debido a rectificaciones en sus principios básicos (Beni & Moesch, 2017). La ciencia alrededor del turismo debe percibirse, cada vez más, por su carácter transdisciplinario y transformativo, tanto del punto de vista teórico como metodológico (Baptista, 2014).

El conocimiento del turismo como fenómeno relativamente reciente, tanto en su práctica como en su estudio, aún se presenta en un aparente desorden y en construcción. Para captar la complejidad de lo real utilizamos el paradigma de la complejidad, que se desarrolla a partir del entendimiento de que la realidad presenta diversas variables que deben considerarse y no se tienen que negar, tales como la complicación, el desorden, la incerteza, la contradicción, la dificultad lógica y los problemas de organización (Morin, 2005).

Al admitir la complejidad del conocimiento del turismo, reconocemos que su estudio exige posturas metodológicas que consideren sus relaciones dialécticas y dialógicas (Morin,

2002, 2015), sobre todo cuando destacamos un agente social del turismo que todavía no es tan visible y tomado en cuenta: los trabajadores.

Fue a partir de esta orientación metodológica que se buscó la percepción de los trabajadores brasileños del turismo en esta investigación. La base de datos primaria para este artículo fue un cuestionario *online* realizado en 2019 con trabajadores del turismo que residen en Brasil. La aplicación del cuestionario se realizó con ayuda de la técnica de la bola de nieve, forma de muestreo no probabilística que presupone que los individuos seleccionados inicialmente, llamados semillas, invitan a nuevos participantes para que de igual forma constituyan la muestra (Vinuto, 2014). A partir de la red de contactos de los propios componentes del grupo de estudio, se realizaron divulgaciones puntuales a lo largo del periodo de recolección, vislumbrando obtener respuestas de participantes de todas las áreas del turismo y de todas las regiones de Brasil.

El análisis de los resultados se realizó de forma cualitativa, sin comprometer con los aspectos estadísticos. En un primer momento, la descripción de los resultados ayudó a orientar reflexiones y debates sobre las percepciones de los trabajadores brasileños, que se profundizaron a través del análisis de contenido.

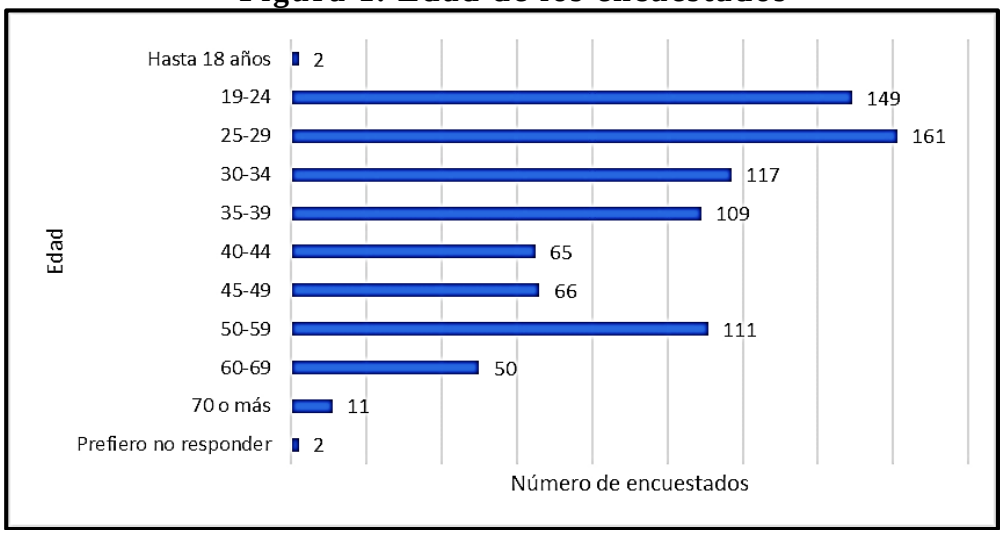
La investigación contó con dos preguntas: a) "En una escala de 0 a 10, ¿en qué medida te consideras un trabajador del sector turístico?", donde 0 correspondía a "no me considero" y 10 correspondía a "me considero totalmente"; b) "¿Cómo percibes la relación de tu trabajo con el sector turístico?", pregunta abierta en donde los encuestados tenían la libertad de escribir lo que quisieran y sin límite de extensión. Debido a la naturaleza distinta de las preguntas (la primera cuantitativa y la segunda cualitativa), utilizamos procedimientos distintos de interpretación. Para facilitar la comprensión de los resultados, esos procedimientos específicos se presentarán junto con los resultados de las respectivas preguntas en la sección 4.

En total, la investigación general obtuvo 843 respuestas válidas, número correspondiente a la muestra para el análisis de la primera pregunta. La muestra para análisis de la segunda pregunta fue menor: 479 respuestas válidas, ya que no era obligatorio responderla. Cabe destacar que la pregunta filtro inicial del cuestionario tenía como objetivo recolectar las respuestas de las personas que se autodenominaran como trabajadores del sector turístico. Este primer cuestionamiento exigía que el encuestado señalara si se consideraba o no como trabajador del turismo. En caso de que la respuesta fuera negativa, el cuestionario se cerraba.

Así, 843 trabajadores del turismo respondieron el cuestionario, siendo el 67,4% mujeres y el 32,2% hombres (el 0,4% prefirió no identificar su género). Cuanto a la edad, como

se muestra en la Figura 1, existe una distribución relativamente estrecha, con énfasis en los rangos entre 19 y 24 años y entre 25 y 29 años.

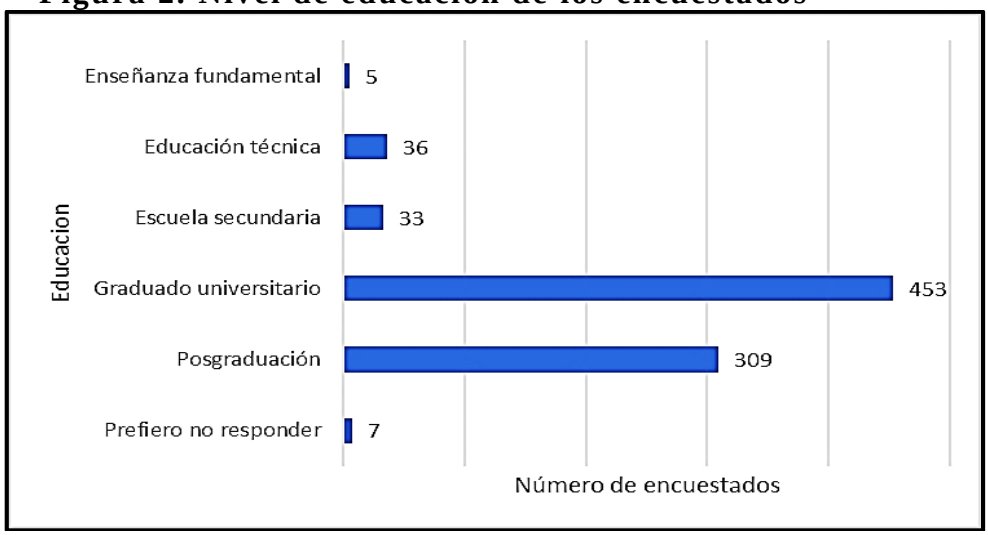
Figura 1. Edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Cuanto al estado civil, predominan los solteros (56,2%), seguidos de los casados (32,1%) y los divorciados/separados (8,1%). Tuvieron poca expresión las personas viudas (1,1%) y en otras situaciones (2,5%). Cuanto a la educación, hubo un gran énfasis en la educación superior, graduado universitario y posgrado, como se muestra en la Figura 2.

Figura 2. Nivel de educación de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, existe un relativo equilibrio en la distribución del tiempo de trabajo de los encuestados: menos de 1 año (17,1%); de 1 a 2 años (17,9%); de 3 a 5 años (15,9%); de 5 a 10 años (17%); más de 10 años (32,1%).

La siguiente sección presenta los resultados del estudio para el presente artículo.

4. LA PERCEPCIÓN DE LOS TRABAJADORES DEL TURISMO EN BRASIL

Conforme a lo que presentamos en la sección 3, la percepción de los trabajadores se entendió a partir de dos preguntas en un cuestionario sobre las características de los trabajadores turísticos. En esta sección se expone, en primer lugar, la síntesis de los resultados de cada pregunta y, posteriormente, la discusión de los resultados recopilados.

4.1. "¿En qué medida te consideras un trabajador del sector turístico?"

Plantear esta pregunta nos permitió averiguar en qué medida los encuestados se consideraban ellos mismos "trabajadores del sector turístico", comparando el grado de esa identificación con las diferentes áreas de actuación (Tabla 1). Analizamos las respuestas separando la escala indicada (0 a 10) en dos columnas de franjas de identificación: "muy baja" (puntos 0, 1 y 2), "baja" (puntos 3, 4 y 5), "alta" (puntos 6, 7 y 8) y "muy alta" (puntos 9 y 10).

Tabla 1. Áreas de los encuestados considerando sus escalas de identificación

			Encuestados y sus identificaciones			
Áreas del Turismo	**abs**	**rel**	**"muy alta"**	**"alta"**	**"baja"**	**"muy baja"**
Administración	276	32.70%	**76.81%**	18.84%	3.99%	0.36%
Hospedaje	161	19.10%	**80.75%**	16.15%	3.11%	0.00%
Educación	85	10.10%	58.82%	27.06%	9.41%	4.71%
Servicio de Guías	65	7.70%	69.23%	24.62%	6.15%	0.00%
Eventos	66	7.80%	51.52%	34.85%	6.06%	7.58%
Organismo Público	48	5.70%	**75.00%**	22.92%	2.08%	0.00%
Alimentos y Bebidas	33	3.90%	36.36%	27.27%	**21.21%**	**15.15%**
Atracciones Turísticas	28	3.30%	35.71%	42.86%	**14.29%**	**7.14%**
Transportes	37	4.40%	72.97%	18.92%	8.11%	0.00%
Asociación/Sindicato	14	1.70%	57.14%	35.71%	0.00%	7.14%
Consultoría	26	3.10%	69.23%	23.08%	3.85%	3.85%
Turismo Social*	3	0.40%	0	0	0	0
total	*843*	*100.00%*				

Fuente**:** Elaboración propia.

*"Turismo Social" no entra dentro del análisis por la baja representatividad de la muestra.

En general, la identificación "muy baja" (2,5%) y la "baja" (5,6%) conforman el 8,1% del total de los encuestados. Por lo que la identificación "alta" (22,5%) y "muy alta" (69,4%) se muestran predominantes con 91,9%. Considerando esas franjas de identificación, al realizar la intersección con las áreas en donde se desempeñan los encuestados (Tabla 1), nos percatamos que las áreas "Administración", "Hospedaje" y "Organismo Público" poseen mayores identificaciones. Cabe resaltar que la proporción observada en el área "Organismo Público" provocó sorpresa, debido a que las dos primeras ya se encuentran ampliamente reconocidas y agregadas dentro de las ACTs (Actividades Características del Turismo). Este resultado se encamina hacia una expansión con respecto a lo que se considera como trabajador del turismo, el cual no se percibe de manera obvia.

Por otro lado, dentro de las áreas "Alimentos y Bebidas" y "Atracciones Turísticas", aunque más del 60% de los encuestados habían afirmado que se perciben como trabajadores del sector, una cantidad significativa afirmó no tener ese vínculo claro. En el caso de "Alimentos y Bebidas", el resultado nos parece coherente, ya que los servicios no se prestan exclusivamente a los turistas. Para los trabajadores de "Atracciones Turísticas", a pesar de no tener muy clara esa lejanía, es probable que parte de los encuestados formen parte de atracciones culturales, como museos y casas de cultura, instalaciones utilizadas también por residentes.

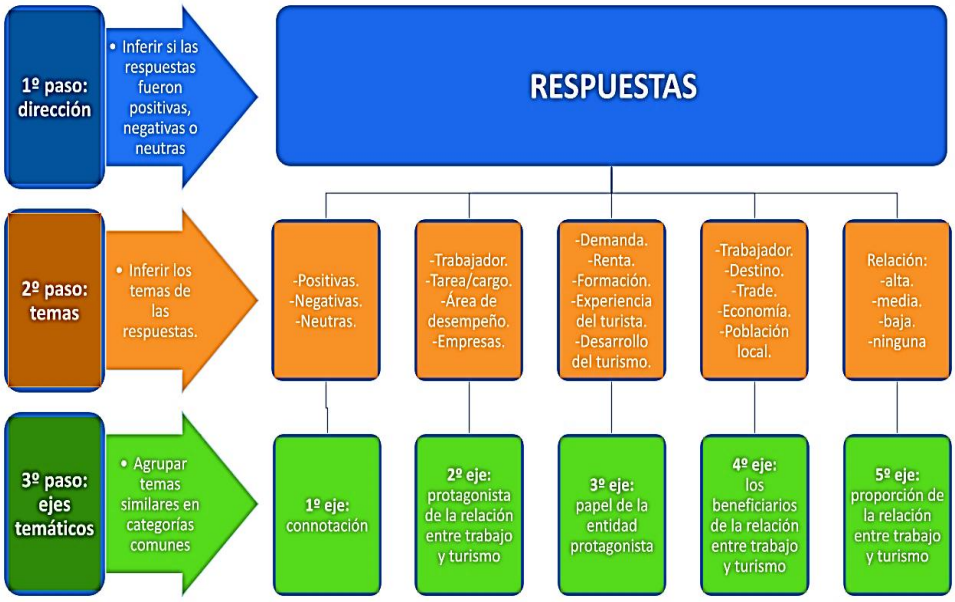
Cabe señalar que los resultados cuantitativos presentados no encaminan el análisis a un carácter estadístico, sino más bien descriptivo. La investigación, de carácter exploratorio, también tuvo como objetivo verificar la pertinencia de las variables escogidas, verificar si las áreas de turismo eran comprensibles para los encuestados y señalar primeros resultados sobre las percepciones de los trabajadores de cada área del turismo. Así, a partir de estas reflexiones, es posible afirmar que los resultados fueron satisfactorios al señalar áreas de turismo a las que los trabajadores tienen más o menos proximidad. Esta subsección, por lo tanto, se presenta como una introducción a las discusiones cualitativas que comenzarán a continuación, apoyadas en el paradigma de la complejidad.

4.2. "¿Cómo percibes la relación de tu trabajo con el sector turístico?"

Para la interpretación de esta pregunta, utilizamos el análisis de contenido basado en el modelo de Bardin (2011). En total, 479 personas respondieron esa pregunta, con textos que variaban entre una palabra y párrafos con varias oraciones. Las respuestas se consideraron unidades de análisis independientemente de la extensión del texto.

El proceso de categorización fue inductivo y se compuso de tres pasos. En el primer paso se utilizó la técnica de dirección (Bardin, 2011) para inferir si las respuestas presentaban connotación positiva, negativa o neutra. En el segundo paso se buscaron los temas de cada respuesta. Debido a que son preguntas abiertas, se encontró una diversidad muy amplia en las respuestas, no solamente en los temas abordados, sino también en los propios acercamientos. Por eso, el tercer paso consistió en el agrupamiento de las categorías inferidas en ejes temáticos, también inferidos de la recurrencia de patrones en las respuestas. Cada respuesta puede ser enmarcada en más de un eje, dependiendo de cuántos sentidos estaban presentes en su contenido. Como consecuencia, cada eje abarcó un número diferente de respuestas. Por este motivo, los ejes no poseen una causalidad lineal: los resultados de cada eje son independientes de los demás, aunque estén interrelacionados de forma recursiva. Todo este proceso se puede representar gráficamente como se muestra en la Figura 3.

Figura 3. Proceso de análisis de contenido



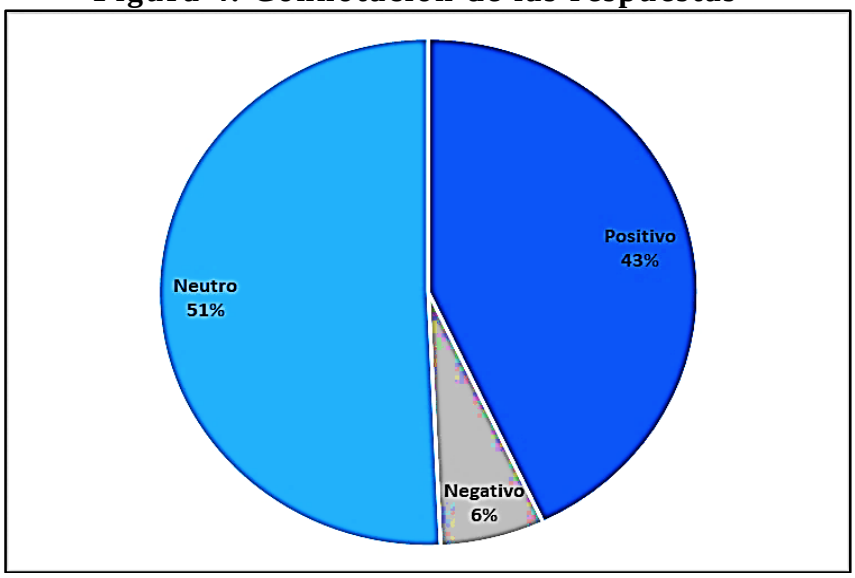
Fuente: Elaboración propia.

Las categorías se organizaron en cinco ejes temáticos: 1) dirección (connotación de la respuesta); 2) entidad[6] abordada como protagonista; 3) enfoque del papel de la entidad abordada; 4) beneficiario de la relación; 5) proporción de la relación. Solamente el primer eje, por ser resultante de la aplicación de la técnica de dirección y no de la inferencia de temas, puede inferirse en todas las respuestas válidas.

[6]La categoría entidad se utilizó para dar cuenta de los diferentes tipos de respuestas que aparecieron dentro de la estructura de las oraciones de los encuestados, como sujetos (gramaticales) de las acciones. Esas entidades incluyen desde agentes sociales (trabajadores, empresarios) hasta áreas económicas (hospedaje, administración).

El primer eje temático (n = 479) corresponde a la connotación de las respuestas, como se muestra en la Figura 4.

Figura 4. Connotación de las respuestas*

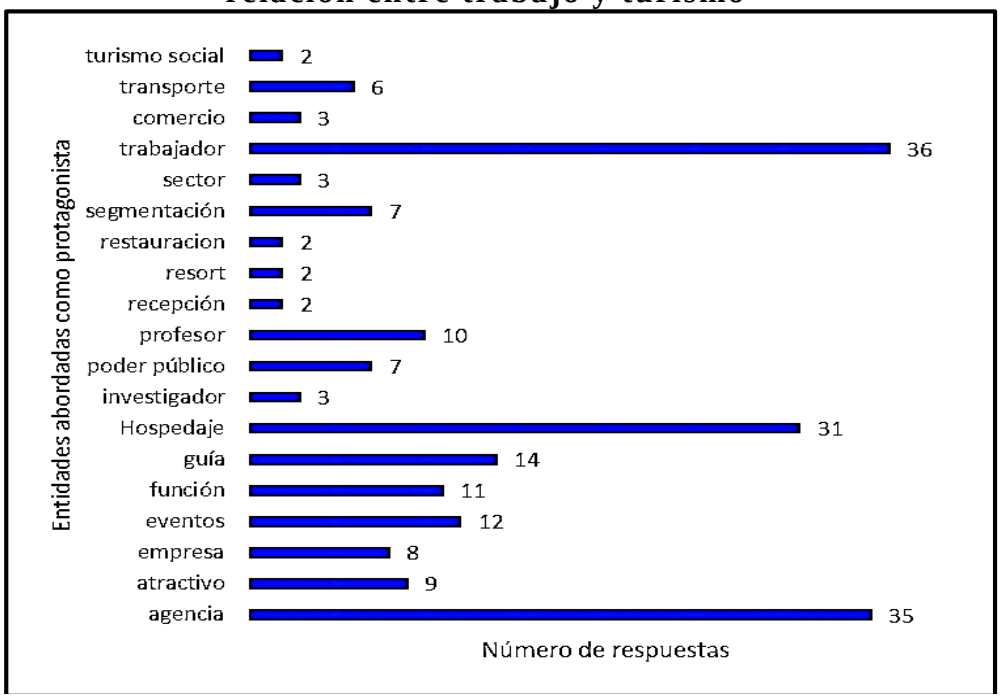


Fuente: Elaboración propia.
*Número de respuestas vinculadas al eje: 479.

La connotación negativa se asoció, específicamente, a: falta de oportunidades de empleo; poca relación del trabajo con la localidad; aspectos que se refieren a la precariedad del trabajo; y la ausencia o negligencia del poder público. Así, los trabajadores atribuyen un carácter más positivo que negativo a su trabajo dentro del sector turístico. Por su parte, 51% de las respuestas válidas apuntaron hacia una connotación neutra, indicando que la mitad de los encuestados considera el trabajo en el sector como algo usual o dado, no necesariamente positivo o negativo.

El segundo eje temático (n = 203) corresponde a la entidad abordada en las respuestas como protagonista de la relación entre el trabajo y el turismo. Para inferir las categorías de ese eje, se analizó la estructura del lenguaje usado dentro de las respuestas. De esa forma fue posible identificar que los encuestados señalaron que diversas entidades son protagonistas en la relación entre el trabajo ejercido (por los encuestados) y el sector del turismo. Aunque parezca contradictorio, no siempre los trabajadores se pusieron a ellos mismo como protagonistas de esa relación, sino que también apuntaron hacia instituciones, funciones y áreas del turismo, como se muestra en la Figura 5.

Figura 5. Entidades abordadas como protagonista de la relación entre trabajo y turismo*



Fuente: Elaboración propia.
*Número de respuestas vinculadas al eje: 203.

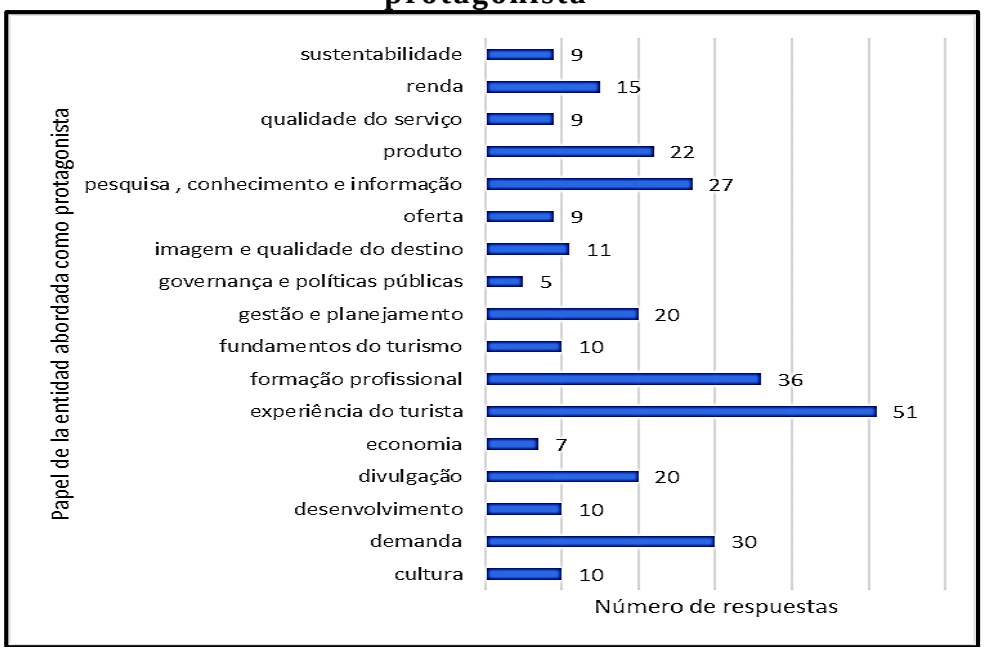
Las categorías de ese eje presentan cuatro situaciones. Primero, solamente el 24,2% de las respuestas colocan al trabajador como sujeto del propio trabajo (categorías 'trabajador', 'profesor' e 'investigador'). Segundo, el 5,4% enfocan las tareas o cargos que se ejercen de formas despersonalizadas, esto es, no consideran la relevancia de las personas específicas que desempeñan las funciones, pero solamente la relevancia de la misma función (categoría 'función'). Tercero, el 65% (categorías 'agencias', 'hospedaje', 'servicios de guías', 'eventos', 'atracción', 'poder público', 'segmentación', 'transporte', 'sector', 'recepción', 'resort', 'restauración' y 'turismo social') establece una relación directa entre el área de desempeño y el turismo, también sin considerar el papel de los trabajadores dentro de esta relación. Cuarto, el 5,4% (categorías 'empresa' y '*trade*') señala a las empresas como sujeto de la relación entre trabajo y turismo, reflejando un distanciamiento entre los trabajadores y el sentido de su propio trabajo.

El tercer eje temático de las respuestas (n = 301) corresponde al papel de la entidad abordada como protagonista. Este eje también se infirió a partir de la estructura del lenguaje utilizado, en la cual se indicó que las entidades protagonistas (cualquiera de aquellas listadas en el eje 2) ejercen una función o un papel dentro del turismo, generando algún tipo de beneficio.

En la Figura 6 se observa que los beneficios señalados fueron: para el 27,6% de las respuestas, cuestiones económicas como 'demanda', 'renta' y 'economía'; para el 27,6%, aspectos de información y formación; para el 28,3%, es la mejoría en los servicios o en la experiencia del turista; y para el 17,9%, temas sobre el desarrollo y la planeación del turismo.

El cuarto eje temático (n = 197) corresponde a los beneficiarios de esa relación entre el trabajo y el turismo, relatados en referencias al desempeño laboral del trabajador.

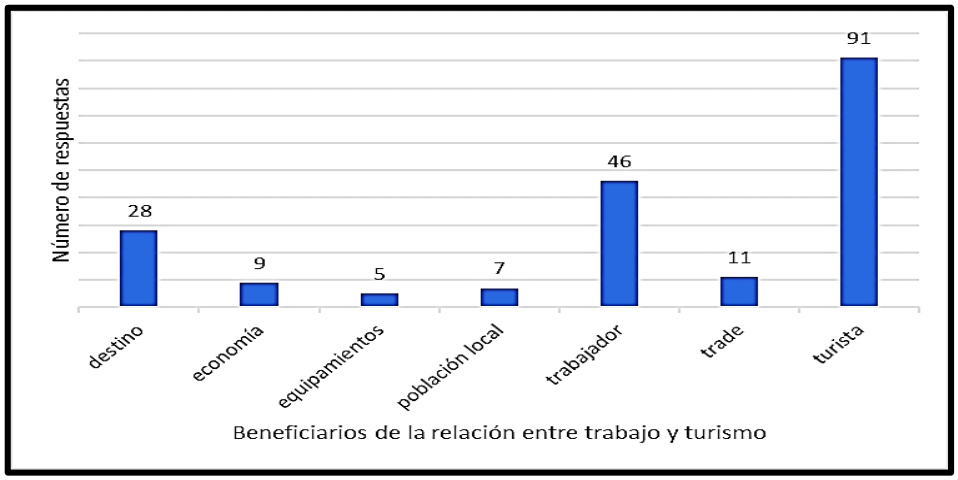
Figura 6. Enfoque del papel de la entidad abordada como protagonista*



Fuente: Elaboración propia.
*Número de respuestas vinculadas al eje: 301.

Como se muestra en la Figura 7, notamos un énfasis en el turista como principal beneficiario del trabajo turístico (46,2%), principalmente en las respuestas que señalan los segmentos del turismo como entidades protagonistas. Esta evidencia se refuerza por la mirada que la propia academia posee del trabajador, al observarlos considerando como referencia las prácticas del turista, especialmente el servicio al turista. La siguiente distinción, el trabajador (23,4%), está directamente asociada a las respuestas que señalan al profesor como entidad protagonista, pues en ellas está presente siempre una relación profesor-formación profesional-trabajador como entidad, beneficio y beneficiarios. Además de esto, se apuntaron como beneficiarios al propio destino (14,2%), el *trade* (5,6%), la economía (4,6%) la población local (3,6%) y a los equipamientos (2,5%).

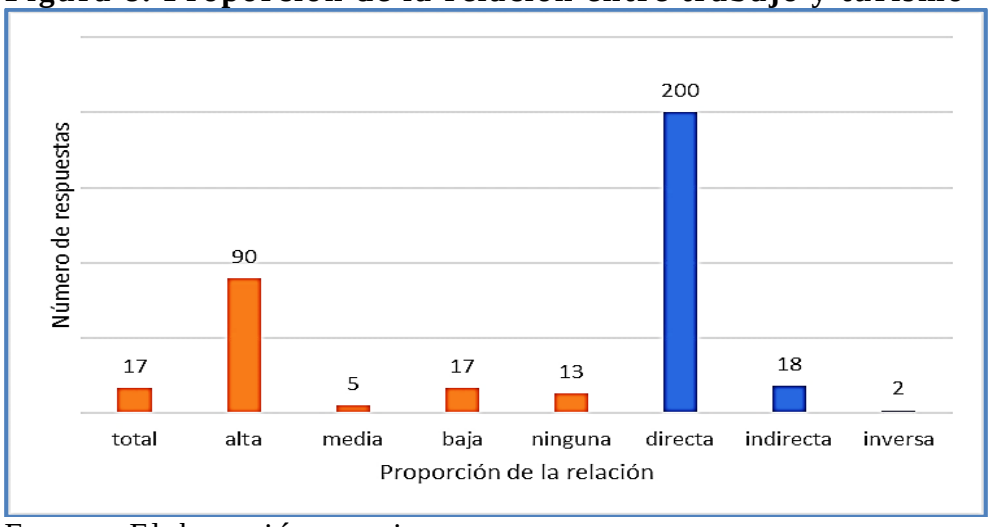
Figura 7. Beneficiarios de la relación entre trabajo y turismo*



Fuente: Elaboración propia.
*Número de respuestas vinculadas al eje: 197.

El quinto eje temático (n = 362) corresponde a la proporción mencionada, dentro de las respuestas, a la relación entre el trabajo y el turismo. En la Figura 8 se muestran las respuestas que indicaron proporciones cuantitativas (total, alta, media, baja, ninguna) en naranja y las cualitativas (directa, indirecta, inversa) en azul.

Figura 8. Proporción de la relación entre trabajo y turismo*



Fuente: Elaboración propia.
*Número de respuestas vinculadas al eje: 362.

Se observa que la mayoría de las respuestas señaló una relación directa entre el trabajo ejercido y el turismo (55,2%), reforzando así el resultado examinado anteriormente sobre su percepción como trabajador turístico. Posteriormente, se destaca el señalamiento de una proporción alta (24,9%), notoriamente en respuestas que apuntan al trabajo ejercido como importante o indispensable para el turismo. Las demás proporciones indicadas no presentaron muchos aspectos

sobresalientes, al tener una baja frecuencia. Se puede inferir, a partir de ese eje, que los trabajadores perciben la relación de su trabajo con el turismo de una forma más cualitativa (pertenecer o no) que cuantificable (qué tanto del trabajo se atribuye al sector turístico), por eso la importancia de realizar las dos preguntas en conjunto, permitiendo así un análisis de contenido de los comentarios.

4.3. La complejidad de la percepción de los trabajadores brasileños

De modo general, los tópicos de análisis de los comentarios referentes a las dos franjas de identificación ("alta" y "baja") se mostraron semejantes. Las diferencias detectadas entre las dos variables comparadas (primera y segunda pregunta) se manifiestan en algunas contradicciones.

A veces, el contenido de los comentarios (segunda pregunta) no son consistentes con el grado de identificación entre trabajo y turismo (primera pregunta) asumido por los propios encuestados. Entre aquellos con alta identificación encontramos respuestas como: "Mi trabajo no contribuye al sector, sí a mi empresa"; mientras que entre los que tienen una baja identificación, encontramos alegatos que su trabajo es "De vital importancia" o posee "Relación directa entre clientes y establecimientos y productos turísticos".

Un número importante de comentarios refuerza la pertenencia al turismo de profesiones o sectores de trabajo, exaltando sus funciones e importancia, como "[mi sector] genera empleos y aumenta la visibilidad de Brasil dentro del sector turístico", "el sector de hospedaje [en el cual trabajo] es uno de los pilares del turismo" y "El trabajo del guía turístico va mucho más allá de solamente guiar". Por otro lado, se destacan también observaciones que colocan en el centro al área en donde el individuo actúa, muchas veces entendida como mayor incluso que el propio turismo, como en "No existe mucha relación [de mi trabajo] con el turismo y sí con la hotelería". En ese sentido, es correcto afirmar que la perspectiva que el trabajador observa del turismo es variada: son, en verdad, perspectivas. No existe una única forma de entender la actividad, ya sea en la práctica o en la teoría, ya sea bajo la mirada del turista (Urry & Larsen, 2011) o bajo aquella del trabajador, como descubrimos.

Cabe resaltar que muchos comentarios refuerzan la centralidad del turista dentro del sector, colocando a ese sujeto como el aspecto que vincula ciertos trabajos al turismo: "Muy importante, pues estoy en contacto directo con el turista, en lo que muchas veces sería el primer contacto con la ciudad, a través de la Central de Información Turística", "Mi trabajo tiene un papel directo con el turismo atendiendo extranjeros", "Contribuye en el ir y venir de las personas" y "Los clientes en

su mayoría son turistas". Por otro lado, hay observaciones como: "Conozco todas las capitales de Brasil y diversos países", los cuales ponen al trabajador en la posición de turista. Ese tipo de señalamientos nos remite a las percepciones equivocadas sobre el trabajo turístico, difundidas por el sentido común.

Esta rica complejidad del fenómeno (Fratucci, 2014) se ejemplifica aquí en la percepción del trabajador, al englobar también a aquel trabajador considerado indirecto. Este grupo tuvo una representación significativa dentro de la muestra, especialmente trabajadores de ciertos sectores de la alimentación, eventos o instalaciones de entretenimiento. Como ejemplos de la forma en que su relación se establece con el turismo, destacamos: "El restaurante en donde trabajo está de camino a dos centros turísticos" y "De forma indirecta, pues las instalaciones culturales fuera de la zona central de la ciudad normalmente no están asociados al sector". Considerando que la respuesta al formulario era voluntaria, el hecho de que esos trabajadores colocaron una respuesta indica que ellos se sienten parte del sector.

Por otro lado, otro tópico que surgió del campo fue el no reconocimiento del propio individuo como agente fundamental del turismo. Muchos comentarios con las palabras "solamente" o "sólo" se utilizaron para referirse a la ejecución de una determinada función, remitiendo a una falta de apreciación por su actuación profesional, como en: "Divulgando solamente los atractivos de la ciudad" y "Simplemente atendemos a turistas que vienen de vacaciones". El tenor de tales comentarios también puede estar relacionado a la precariedad que azota al sector, ya que el bajo reconocimiento del sujeto como trabajador turístico, en algunos comentarios, estaba vinculado a la dificultad de ejercer plenamente su función y profesión. En esta dimensión, los encuestados apuntaron, por ejemplo, a la relación entre turismo y trabajo: "Hasta ahora, después de dos años, lo considero bajo, ¡pues las oportunidades de trabajo son pocas!" y "muy complicada y con problemas, las relaciones contractuales de servicios todavía son muy precarias en nuestra rama y la falta de incentivo y apoyo las dificultan aún más". Las adversidades encontradas en la inserción, desempeño digno dentro del mercado y remuneración financiera, latentes en diversas áreas del turismo, parecen tener un papel protagónico en el proceso de autocomprensión con relación al lugar que ocupa el turismo. Su relación es débil debido a la dificultad de inserción (Silva & Leal, 2018; Martoni, 2020).

Algunos comentarios se destacaron para presentar un entendimiento sobre el turismo como actividad vinculada solamente al destino receptor. En ambas franjas de identificación, varios encuestados afirmaron que no pertenecen al turismo, debido a que se relacionaban con el turismo emisor, como, por ejemplo: "No contribuye porque solamente me ocupo

de viajes internacionales" y "Es una agencia emisora. Está directamente relacionada con el turismo, pero no contribuye con mi localidad". Esta interpretación es interesante y da en qué pensar, ya que para estos trabajadores la concretización del turismo se realiza solamente cuando se está cerca físicamente del actuar turístico del mismo turista en el destino. Tal percepción excluye el hecho de que la región emisora es parte fundamental del fenómeno, colocando la importancia en el actuar turístico, centrado en el turista. Tal entendimiento se alinea con algunas definiciones cartesianas y limitadas sobre el turismo, como la de la Organización Mundial del Turismo (2008).

Cabe aclarar que algunas relaciones destacadas como contradictorias pueden tener más relación con la dimensión de autoconocimiento y autoestima del trabajador. Al no valorizar su trabajo, en concordancia con la visión restringida sobre el turismo, esto puede llevar al trabajador a no verse a sí mismo y a la idea de que el turismo sólo tiene sentido si se encuentra cerca de él, al momento de observar algo concreto.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Comprender cómo se da la relación de los trabajadores con el fenómeno del turismo no es una tarea sencilla, especialmente en el contexto brasileño. Las primeras dificultades para iniciar ese entendimiento surgen por la falta de bibliografía extensa e investigaciones pasadas. Por esto, dentro de esta investigación salimos al campo para preguntar a los trabajadores brasileños vinculados al turismo "¿En qué medida te consideras parte del sector turístico?" y "¿Cómo percibes la relación de tu trabajo con el sector turístico?" con el objetivo de iniciar la discusión sobre la percepción de los trabajadores con relación al sector. La insistencia de reconocer que las percepciones de los trabajadores están siempre en plural se reafirma por su característica heterogénea, compleja y amplia, particularidades intrínsecas del propio fenómeno del turismo. Creemos que las dos preguntas que se formularon en conjunto permitirán una visión comprensiva sobre la forma en que el trabajador brasileño se percibe dentro del fenómeno del turismo contemporáneo. A partir de los resultados pudimos sintetizar algunas consideraciones.

La primera pregunta nos señala que, en general, los encuestados perciben un alto grado de identificación entre sus trabajos y el turismo, aunque existe alguna diferenciación entre las áreas de trabajo. Ya la segunda pregunta nos demostró que la mayoría de las respuestas no revela a los trabajadores como sujetos de su propio trabajo. La relación de su trabajo con el turismo se indica por medio de las funciones, de las áreas en que se desempeñan o de las empresas. Eso puede significar que

los trabajadores del turismo, aunque se sienten parte del sector, no se perciben como pertenecientes al fenómeno mayor, esto es, se ven como terceros en una relación entre turismo y funciones/áreas/empresas.

Por último, al contrastar las dos preguntas, observamos contradicciones y complementos. Como se afirmó, muchos de los temas que encontramos dentro del contenido de las respuestas son los mismos que en las franjas de identificación alta y baja, como la presencia de trabajadores indirectos, la baja autoestima vinculada a la percepción de la precarización del trabajo en el sector, las tendencias al percibir al turista como el centro de la relación de trabajo y observar el turismo como un fenómeno que ocurre solamente en el destino receptor. Por otro lado, encontramos concepciones contradictorias, como la mayor o menor valorización del turismo (como un todo) en relación con las áreas que lo componen. Incluso se destacaron, dentro de las respuestas de varios trabajadores, contradicciones entre el grado de identificación señalado en la primera pregunta y la percepción transcrita en la pregunta que seguía inmediatamente después.

Al no ser la pretensión de este artículo agotar las cuestiones de la autopercepción de los trabajadores (ni tampoco la definición de trabajadores del turismo), el paradigma de la complejidad nos proporciona contribuciones para problematizar cuestiones que surgen de la complejidad de las respuestas analizadas. Tales preguntas también se presentan como oportunidades para futuros estudios.

En primer lugar, nos damos cuenta de la necesidad de deconstruir el entendimiento de 'trabajador del turismo' y del propio 'turismo'. ¿Es el entendimiento del trabajador sobre el turismo lo mismo que lo que viene afirmando la academia? ¿Por qué el turismo sigue siendo visto como un fenómeno que sólo se refiere a los turistas? Si colocamos al trabajador del turismo en el centro de los estudios, podemos afirmar que el turismo va hasta donde va su trabajador. La prestación de servicios es algo inherente a la actividad, aunque sea indirectamente. Introducir la mirada de este agente social parece ser fundamental para avanzar en la comprensión del propio turismo, tanto en su sentido práctico como en el campo del conocimiento.

En segundo lugar, observamos la centralidad que la precariedad del trabajo tiene dentro del turismo. Los estudios críticos se reafirmaron con los comentarios de los encuestados de esta investigación que, en general, perciben que las relaciones de trabajo son precarias, las cuales no permiten el desempeño pleno de los profesionales. Esta cuestión se vincula directamente con la autoestima del trabajador, asunto de suma importancia para los estudios, que no obstante no posee la debida atención.

En tercer lugar, resaltamos la importancia de situar dentro del tiempo y espacio los estudios de los trabajadores turísticos, ya que el grado de relevancia de cada actividad profesional dentro del turismo varía conforme las disposiciones socioeconómicas de cada región o destino turístico. Dependiendo de la estacionalidad del turismo y del segmento de mercado de un destino, habrá demandas específicas de profesionales y servicios turísticos, especialmente, en situaciones de crisis severas, como hemos vivido y seguimos viviendo con la pandemia del Covid-19.

Finalmente, podemos señalar como limitaciones de la investigación la falta de cobertura muestral a efectos estadísticos, no solo por el número de respuestas recogidas, sino también por el uso de la técnica de bola de nieve que puede configurar una muestra sesgada. Sin embargo, considerando que la investigación tuvo un carácter exploratorio, los resultados iluminan caminos y orientan esfuerzos hacia varios aspectos teóricos y epistemológicos que, inicialmente, fueron problematizados a partir de la realidad brasileña, pero que tienen potencial para ser extrapolados a otras realidades en el mundo.

6. REFERENCIAS

ANTUNES, R. (2018): *O privilégio da servidão*. Boitempo.

BAPTISTA, M. L. C. (2014): "Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação". *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, 6*(3), 342-355.

BARDIN, L. (2011): *Análise de conteúdo* (Reto, L. A. & Pinheiro, A., Trad.). Edições 70.

BENI, M. C. & MOESCH, M. M. (2017) A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo, *Revista Turismo - Visão e Ação, 19*(3), 430-457.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. (2010): *Classificação Brasileira de Ocupações*. Brasília: Ministério do Trabalho e Emprego.

BRASIL, PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. (2008): Lei nº 11.771, de 17 de septiembre de 2008. *Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, [...]; e dá outras providências*. Recuperado el 20 de julio de 2021, de: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm

CAÑADA, E. (2020: "Trabalho turístico e precariedade". *Turismo: Estudos & Práticas, 9* (Dossiê Temático 2), 1-21.

CARNEIRO, J. & FRATUCCI, A.C. (2018): "Os trabalhadores das praias de Arraial do Cabo, RJ: um olhar a partir do território turístico". *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, 13*(2), 50-70. https://doi.org/10.17648/raoit.v12n2.5062

FRATUCCI, A. C. (2008): *A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo.* [Tesis de Doctorado, PPGEO/UFF].

FRATUCCI, A. C. (2009): "Refletindo a gestão dos espaços turísticos: perspectivas para as redes regionais de turismo". *Revista Turismo em Análise, 20*(3), 391-408.

FRATUCCI, A. C. (2014): "A dimensão espacial das políticas públicas de turismo no Brasil". In: Pimentel, T. D., Emmendoerfer, M. L., & Tomazzoni, E. L. (Orgs.). *Gestão pública do turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações.* Educs.

FRATUCCI, A. C. (2014): "Turismo e território: relações e complexidades". *Caderno Virtual de Turismo, 14*(1), 87-96.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA [IPEA]. (2018): EXTRATOR DE DADOS/ DIMENSÃO DA OCUPAÇÃO NAS ACTS. Recuperado em 10 de jul., 2021, de: http://extrator.ipea.gov.br/#cancel

LADKIN, A. (2011): "Exploring tourism labor". *Annals of Tourism Research, 38*(3), 1135–1155.

MARTONI, R. M. (2020): "Atributos laborativos em Atividades Características do Turismo (ACT's): a serviço da hospitalidade produtiva". *Caderno Virtual de Turismo, 20*(2).

MARTONI, R. M. & ALVES, K. DOS S. (2019): "As condições da classe trabalhadora em atividades características do turismo: especificidades e tendências socioprodutivas". *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, 11*(1), 211-223.

MELLIANI, P. F. (2011): *Crítica à estética da mercadoria no turismo: dilemas da precarização do trabalho na produção do espaço de Itacaré, litoral sul da Bahia.* [Tesis de Doctorado, PPGEO/UFPE]. Repositorio Digital de la UFPE. https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/6014

MORIN, E. (2002). *O Método IV. As ideias*. (3ª. ed.). Sulina.

MORIN, E. (2005): *Ciência com consciência*. 8ª Ed. Bertrand Brasil.

MORIN, E. (2015): *Introdução ao pensamento complexo* (5ª ed., Lisboa, E., Trad.). Sulina.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO) (2008): *Fundamental Principles of Official Statistics.* Recuperado el 20 de julio de 2021, de https://www.unwto.org/es/statistics

SAKOWSKI, P. A. M. (2015): *Mensurando o emprego no setor turismo no Brasil: do nível nacional ao regional e local*. Ipea.

SATO, L. (2017): "Diferentes faces do trabalho no contexto urbano". In Coutinho, M., Bernardo, M. & Sato, L. (Eds.), *Psicologia Social do Trabalho*. Vozes, 151-174.

SILVA, L., & LEAL, S. R. (2018): "Inserção dos Turismólogos Brasileiros no Mercado de Trabalho". *Revista Turismo Em Análise, 29*(3), 506-524.

URRY, J., & LARSEN, J. (2011): *The Tourist Gaze 3.0.* Sage.

VINUTO, J. (2014): "Amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto". *Tematicas, Campinas*, SP, v. 22, n. 44, p. 203–220, Disponível em: https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977. DOI: https://doi.org/10.20396/tematicas.v22i44.10977